

MT

**MYYN TIT IETOJA
MYYMÄLÄVÄELLE**

**N:o 4
HELMIKUU 1961**

**TÄSSÄ
NUMEROSSA:**

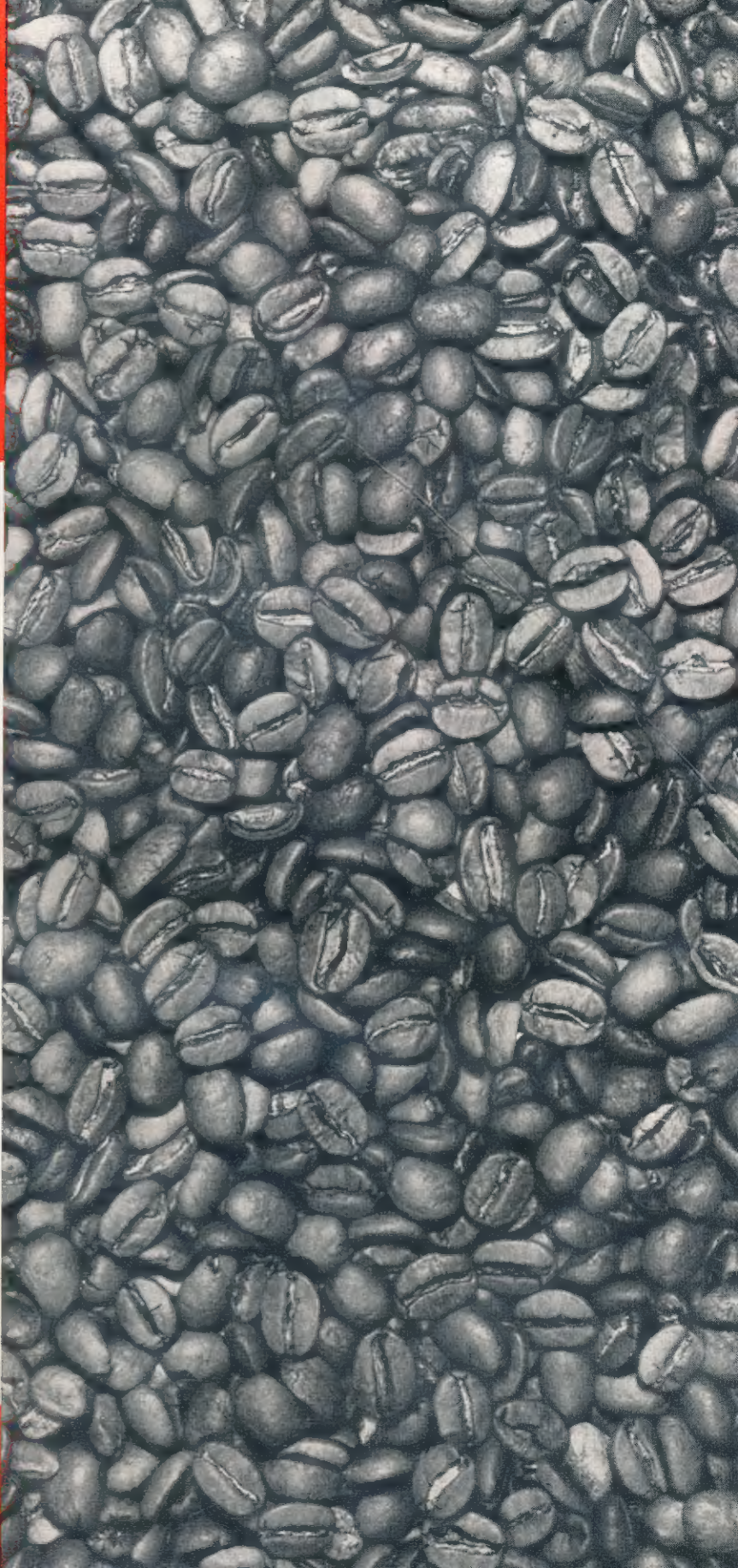
● puhutaan pääasiassa kahvista ja Pai-vanukkaista. Nämä tuotteet ovat Teille vanhastaan tuttuja, mutta sen sijaan niistä löytyy monia mielenkiintoisia puolia, joista asiakkaanne eivät aina ole selvillä. Myyjän ominaisuudessa tehtävänne onkin toimia eräänlaisena välittäjänä. Jakeluketjun viimeisenä renkaana Te voitte antaa asiakkailenne hyödyllisiä tietoja omista tuotteistamme. Sen vuoksi ei perustietojenkaan kertaus ole koskaan pahitteeksi. Se avaa Teille mahdollisuuden entistä tuloksellisempaan myyntiin ja myymäläesittelyyn.

PS

● Vilkaikaapa takasivulle. Siellä on Teille ~~muu~~ tiedotus.

**Päätoimittaja:
MAUNO RINTAKOSKI
Puh. 70731/327**

**Toimitussihteeri:
PENTTI O. SAARINEN
Puh. 70731/476**



MISSÄ KAHVI KASVAA...



Kahvipensas tai kahvipuu — on oikeastaan maakuasia kumpaa nimitystä kahvia tuottavasta kasvista käytetään. Kahvipensas on kuitenkin vakiintuneempi käsite, mikä johtuu siitä, että kahvikasvi pyritään viljeltynä pitämään 2—5 metrin korkuisena pensaana. Mistä sitten tämä kahvipensas on kotoisin ja mitkä ovat ne alueet, joilla kahvipensas parhaiten viihtyy?

Alkuaan kahvikasvi on etiopialainen, mutta arabialaisten sanotaan olevan kahvipensaansa ensimmäisiä viljelijöitä. He perehtyivät jo 1400-luvulla kahvinviljelyn salaisuuksiin ja tekivät kaikkensa estääkseen

viljelyn leviämisen muihin maihin. Heidän ponnistuksensa olivat kuitenkin turhia, sillä 1600-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä intialaiset aloittivat kahvipensaansa viljelyn ja näin olikin kahvikasvilla tie avoin useihin eri maihin. Amerikkaan kahvipensas tuli Euroopasta 1700-luvun alussa erään ranskalaisen meriupseerin tuomana.

Kahvipensas viihtyy vain koko- tai puolitrooppisissa maissa, vieläpä mieluummin niiden yläköseuduilla, missä ilma on kirkas ja kuulas ja aurinko helottaa tulikuumana. Sen vuoksi kahvia ei juuri viljelläkään rannikoilla, vaan melko

kaukana sisämaassa. Maailman suurin kahvintuottajamaa on Brasilia. Maan tuhansien hehtaarien suuruisilta viljelmiltä saadaan neljä viidennestä koko maailman kahvituotoksesta. Muut tämän kirsikkaa muistuttavan marjan tärkeimmät tuottajat ovat Kolumbia, Hollannin Itä-Intia, Venezuela, Haiti, Meksikko, Guatemala, Costa Rica, Arabia, brittiläinen Itä-Afrikka ja El Salvador. OTKn Kahvipaahhtimon raakakahvi tulee NAF:n välityksellä Etelä- ja Keski-Amerikan kahvinviljelmiltä — Mokka-kahvi tuotetaan Arabiasta.



MYYN TILUKUJA LISÄÄMÄÄN

Kahvia esiteltäessä ja myytäessä on aina hyvä muistaa ja pitää mielessään ikään kuin punaisena lankana, että on kysymys oman tuotantomme kanalta erittäin keskeisestä ja tärkeästä tuotteesta. OTKn Kahvipaahtimon tuotannossa ei ole kysymys mistään pienistä arvoista. Päivittäin paahtimon valmistuskapasiteetti käsittää 16 000 kg paahdettua kahvia ja markkamääräiseltä myyniltään se on OTKn suurin tuotantolaitos. Kuten myymäläväen tiedossa varmaan onkin, kohosi kahvipaahtimomme markkamääräinen myynti viime vuonna runsaasti nel-

jään miljardiin. Tämä on huomattava summa ja osoittaa, että paahtimomme tuotteilla on tunnustettu asema hyvän kahvin ystävien joukossa.

Nuoriso mukaan

Meillä on kuitenkin vielä parantamisen varaa. Eräät suoritettut tutkimukset ovat näet osoittaneet, että nuoret ihmiset, nuoret perheenäidit ostavat suhteellisen vähän oman paahtimomme tuotteita. Tämän vuoksi meidän onkin kohdistettava huomiomme myyntityössä entistä enemmän nuorisoon. Myymälä-

väellä on tällöin erittäin edulliset asemat nuoriin perheenäiteihin kohdistetun kahvisanoman levittämiseksi. Myyjällä on tarjolla henkilökohtaisen esittelyn kaikki edut, persoonallinen tavaran esittely ja koettelu, kaunopuheisuus sekä joustava mahdollisuus mukautua kuhunkin tilanteeseen ja sovelluttaa esityksen mukaan. Kun kahvin mainontakin on entistä enemmän nuorisoon kohdistuvaa ja sen makua noudattelevaa, uskomme että Te omalla myyntipanoksellanne myös tarmolla tuette pyrkimyksiämme OTKn paahtimon tuotteiden ostajapiirin laajentamiseksi.



LAATUKAHVIA KULUTTAJILLE

Maahamme saapuvat kahvilaadut — etenkin halvat laadut — ovat useissa tapauksissa riittämättömästi puhdistettuja. Tämä on todettu jatkuvasti OTKn Kahvipaahтимossa, sillä raakakahvisäkkejä avattaessa on kahvin joukosta löytynyt kaikenlaista kamaa kivensiruista aina suurrehkoihin esineihin saakka. Tällaisten epäpuhtauksien poistamiseen kiinnitetään OTKn paahtimolla suurta huomiota. Suurimmat esi-
neet poistetaan esipuhdistusvaiheessa seulakoneessa ja pienemmät poistaa valtava imu raakakahvin välikäsittelevaiheissa. OTKn kahvipaahtimon ala-aulassa on erityinen kaappi, johon on koottu edustava näyte niistä mitä merkillisimmistä esineistä, joita eri puhdistusvaiheissa on eroteltu raakakahvin joukosta. Esinekokoelma puhuu omaa kieltään, se kertoo, että OTK tekee määrätietoista työtä poistaakseen paahdamastaan kahvista kaikki epäpuhtaudet. Toimintaohjeena on jäsenkunnan etu, jolle pyritään tuottamaan korkeat vaatimukset täyttävää, ehdottomasti puhdasta laatukahvia.



*Nappeja, kampoja, veitsiä, lusikoita erikokoisia kiviä ym. sisältyy siihen omalaatuiseen esinekokoelmaan, joka on nähtävissä OTKn Kahvipaahtimon ala-aulassa. Kaikki nämä esi-
neet on poistettu raakakahvista sen eri puhdistusvaiheissa.*



Aromi-Rengas ydinartikkeli maaliskuun kahvikampanjassa



Nykyisenä tavarun run-
sauden aikana, jolloin myy-
mälöiden hyllyt ovat täynnä
erilaisia tuotteita, on tehok-
kaalla ja hyvin hoidetulla
myymälämainonnalla painava
sanansa sanottavanaan
ostavalle yleisölle. Suomen
kansan lempijuoma, kahvi,
on myymälässä siksi keskeinen
tuote, että sen myymälämainon-
taan kannattaa aina kiinnittää
poikkeuksellisen suurta huomiota.
Juuri myymälä on se paikka,
jossa mainonnalla saadaan
viimeinen kosketus kuluttajaan.
Myyväläväki onkin näin ollen
mainosketjussa se rengas, joka
missään tapauksessa ei saa
pettää. Edustava ja näyttävä
myymäläesittely henkilökohtaisen
myyntityön lisäksi antaa näin
ollen mainion loppusilauksen
sille mainonnalliselle kokonaisuudelle,
johonka maaliskuun 15.—31.
päivien välisenä aikana suoritettava
OTKn paahtimon tuotteiden
mainoskampanja tähtää.

Vast'ikään suoritettu Aromi-Renkaan hinnan-
alennus muodostaa kampanjan
ytimen. Tämän kahvimerkin
mainonnan

ympärille nivoutuu sitten
muiden kahvimerkkien
esittely.

Miten mainostamme?

Kahvien mainoskampanja
muodostaa ehjän kokonaisuuden,
joka koostuu useista eri mainosmuodoista
ja -välineistä. Eri aikakauslehdissä
tapahtuvalla ilmoittelulla ohjaamme
kuluttajat osuusliikkeiden oville —
samaa tarkoitusta palvelevat
kampanjan aikana miltei kaikissa maam-

me ulkomainospaikoissa ovat
OTKn kahvijulisteet. Television
katselijat voivat muiden ohjelmien
lomassa seurata OTKn kahvia
esitteleviä mainospaloja ja omien
osuusliikkeidemme kuorma-autojen
laitoihin kiinnitettävät mainosteet
vievät kahvisanomaa ympäri
maakuntia.

Edellä luetellut mainostoimenpiteet
ovat luonteeltaan laajoille joukoille
tiedottavia. Varsinainen viimeistelytyö
jää kuitenkin myymäläväen
huomaan. Myyntityömme tueksi on



myymälöitä varten valmistettu leikeltävä painoarkki, joka pannaan edustavalle ja näkyvälle paikalle myymälässä. Jo aikaisemmin on myymälöille lähetetty Aromi-Renkaan hinnan alennuksesta tiedottava tekstinauha. Tämä tekstinauha kiinnitetään luonnollisesti myös näkyvälle paikalle. Kahvipakkaukset ovat tärkeä osa myymälämainonnasta. Niiden avulla voidaan rakentaa näytäviä ikkunaesittelyjä, myyntipöytäasetelmiä jne. Myös osuusliikkeille on toimitettu ulkojulisteita, jotka kiinnitetään liikkeiden omiin ulkomainospaikkoihin. Näiden mainosteiden tehokas hyväksikäyttö myymälässä saattaa ratkaisevasti vaikuttaa asiakkaiden ostopäätöksiin. Ja vaikka mainokset näennäisesti eivät tuottaisikaan suoranaista myynnin lisäystä, on meidän kuitenkin aina pidettävä mielessä, millainen saattaisi myyntitulos olla ilman minkäänlaista mainontaa.

Oma-aloitteisuutta

Teillä on apunanne myyntityössä moninaisia mainostoimenpiteitä. Kaudenkokonaistuloksen saavuttaminen riippuu kuitenkin Teidän oma-aloitteisuudestanne. Pysähtykää kesken kiireittenne hetkeksi harkitsemaan, onko varastossanne vielä ehkä käyttämättömiä ideoita, jotka juuri nyt ovat paikallaan. Löydätte varmaan monia mukavia ratkaisuja, jotka tyydyttävät sekä Teitä itseänne että asiakkaitanne.



Tuhannet ulkojulistleet eri puolilla maata olevissa pyöreissä mainospilareissa puhuvat ohikulkijoille yksinkertaista ja selvää kieltä. Maaliskunassa niiden sanoma on keskitetty Rengas-Kahvin esittelyyn. Näkyvä juliste ohjaa ohikulkijat juuri Teidän myymäläännne. Varautukaa ajoissa tehokkaan kahvin myyntiin.

RENGAS 320⁺ 295⁺



KAHVIA

BUENO LAURO

AROMI RENGAS 275⁺

MORENA tumma kaunotar 260⁺

REGIO REGIO 415⁺

**Kahvijuliste
leikeltävine
tekstinauhoi-
neen luo
maaliskuussa
oikeaa
kahvihenkeä
Teidän myy-
mäläänne**

Aromi-Rengas tölkkihän avataan toisin kuin muut OTKn painepakkaukset, nimittäin erityisellä tölkin-avaajalla. Kun tölkki tällöin avataan päältä, ei pakkausta enää voida sulkea samalla kannella, koska kannen sivuille ei jää reunoja. Tämän vuoksi on pakkausta varten valmistettu erityinen muovikansi, joka tehokkaasti suojaa kahvin aromit.

Muistakaa muovikansi

Kun myytte asiakkaille Aromi-Rengasta, niin muistakaa aina kysyä joko he ovat hankkineet tämän mainion muovikannen. Muistuttakaa asiakkaille, että muovikansia myydään Teidän myymälässänne.

Mainio muovikansi

Aromi-Rengas painepakkaus säilyttää erittäin hyvin kahvin aromin. Tämä johtuu pakkaustekniikasta. Tiiviistä peltitölkistä poistetaan ilma ja tilalle työnnetään hiilidioksidia. Näin on kahvi suojattu ilman vaikutukselta ja sen kaikki makuvivahteet säilyvät väljähtymättöminä.

Avatun purkin suoja

Ei kuitenkaan riitä, että yksinomaan avaamaton purkki suojaa kahvin ja säilyttää sen aromit — kylä avatunkin purkin täytyy täyttää nämä vaatimukset.



Myykää ideoita -

kertokaa Pai-herkuista

Maaliskuun kahtena viimeisenä viikkona mainostetaan Pai-vanukkaita, niistä keskustellaan myymälöissä ja niitä esitellään

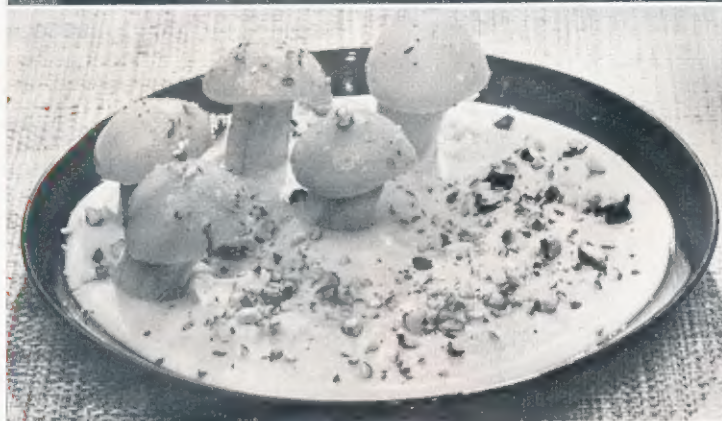
asiakkaille. Paista puheenollen tulee luonnollisesti ensinnä mieleen, että siitä saa helkessä maittavan, sellaisenaan jälkiruoaksi

sopivan vanukkaan. On kuitenkin virheellistä luulla, että Pai-vanukkaiden käyttömahdollisuudet rajoittuvat tähän. Pienellä vaivannäöllä ja käyttämällä hieman mielikuvitusta apunaan voi Pai-vanukkaille keksiä mitä moninaisimpia käyttömahdollisuuksia. Jotta Te omassa myymälässänne voisitte kertoa asiakkaille enemmän Pai-vanukkaista, ja jotta perheenemännät tätä tietä saisivat lisätietoutta Pai-vanukkaista, esittelemme tässä muutaman 'idean' Pai-vanukkaiden käytöstä jälkiruoan valmistuksessa. Tutustukaapa oheisiin viiheisiin ja kertokaa niistä omille asiakkaillenne.

Paihentuset

- 100 g Rengas-margariinia
- 50 g sokeria
- 125 g OTKn vehnä-jauhoja
- $\frac{1}{4}$ tl Erikois-Leivettä

Margariini notkistetaan. Siihen lisätään sokeri ja jauhot sekä leivinjauhe jauhoihin sekoitettuna. Tai-kina jaetaan n. 15-20 osaan, joista kukin painellaan voideltuun pikkuvuokaan. Nämä paistetaan n. 200° lämmössä ja kumotaan hiukan jäähtyneinä. Hentuset täytetään erilaisilla Pai-vanukkailla, koristetaan kermavaahdolla, hedelmillä, hillolla tms.



Hedelmiä vaniljassa

Valmistetaan Pai-vanilja-vanukas ja kaadetaan se laakealle vadille. Koristetaan erilaisilla tuoreilla tai säilykehedelmillä. Esim. banaaneista ja aprikoosista saa hauskoja sieniä. Helpotoin jälkiruoka ja hauska tarjota vaikkapa lasten kutsuilla.

Hyytelökakku

Kakkupohja:

Kääretorttulevy
Päällys:

OTKn jälkiruokahyytelö
Täyte:

Pai-vaniljavanukasta Hyytelö valmistetaan pakkauksessa olevan ohjeen mukaan. Veden asemesta voi osaksi käyttää nesteinä hedelmä- tai vaaleata marjamehua.

Kakku valmistetaan esimerkiksi suorakaiteen muotoisessa kapeassa vuo'assa, jolloin kääretorttulevystä leikataan hiukan vuokaan pienempiä levyjä. Vuokaan pohjalle kaadetaan ensin noin sentin verran jälkiruokahyytelömehua ja annetaan sen hyytyä hetken, kunnes se on löysää hyytelöä. Pohja koristetaan hedelmillä esimerkiksi ananas- ja appelsiiniviipaleilla. Sitten pannaan kerroksittain kakkulevyjä ja Pai-vaniljavanukasta. Päällimmäiseksi kakkulevy. Loppu löysähkö hyytelö kaadetaan vuokaan, niin että hyytelö täyttää vuokaan. Kakun annetaan hyytyä. Valmis kakku irroitetaan veitsellä varovaisesti vuokaan reunoihin ja kumotaan vadille. Ellei se irtoa, kastetaan vuoka nopeasti kuumaan veteen ennen kumoamista.

Uusia Pai-vanukkaita tulossa . . .



Uudet Pai-pakkaukset on suunniteltu aikaisempien vanukaspakkaustemme mukaisiksi. Kun ne aikanaan tulevat myymälöihin, voidaan niitä käyttää piristävänä lisänä erilaisia asetelmia rakennettaessa.

Tällä hetkellä Pai-vanukassarjaan kuuluu kaksi valmistetta — Vanilja-Pai ja Suklaa-Pai. Uusia Pai-vanukkaita on kuitenkin tulossa. OTKn Teknominiallinen tehdas on tarkkojen esitutkimusten jälkeen valmistanut koe-eriä Mokka-Paista ja Mansikka-Paista, joiden laatu ja makuominaisuuksia on tutkittu sekä tehtaan laboratoriossa että OTKn Kokeittiossa. Tutkimustulokset

ovat osoittautuneet myönteisiksi ja lähikuukausina päästään tehtaalla aloittamaan näiden vanukkaiden varsinainen valmistus. Uudet Pai-vanukkaat lasketaan liikkeelle oheisten kuvien mukaisissa kuluttajapakkausissa. Pakkaukset ovat kooltaan ja näöltään aikaisempien Paipakkausten kaltaisia, joten ne täydentävät cheällä tavalla Pai-vanukassarjaamme.

NOPEA VALMISTUS PAI-VANUKKAAN MYYNTI- VALTTI



Myyntityö vaatii myyjältä erinomaista keskittymiskykyä, sillä siksi moninaisia ja toisistaan poikkeaviaakin ovat ne tehtävät, joita päivän mittaan on suoritettava. Tällöin ei ole suinkaan harvinaista, että jossakin kriittisessä tilanteessa voi tulla ”oikosulku”, eikä pystykään toimimaan juuri oikealla tavalla. Voi sattua ettei tuotetta asiakkaalle esitellessä muistakaan mitä siitä tulisi kertoa hänelle, vaan keskustelu menee ohi asian. Kuluttajapakkaukset, asiallisine selostusteksteineen voivat useassa tapauksessa pelastaa myyjän pätkähästä, sillä nopea vilkaisu pakkauksessa olevaan tekstiin voi palauttaa myyntikeskustelun oikeisiin uomiinsa. Pai-vanukkaiden pakkauksessa on otettu huomioon tämän tuoteryhmän keskeinen myyntivaltti — vanukkaan valmistusnopeus. Kun esittelette Pai-vanukkaita asiakkaille, kiinnittäkää heidän huomionsa Pai-pakkausten selkäpuolella olevaan valmistusohjeeseen. Tämä herättää asiakkaisissa kiinnostusta ja tukee samalla tuntuvasti myyntityötänne.

Maaliskuu on tärkeä kuukausi

Niin paitsi kahvirintamalla, tapahtuu myös Pai-vanukkaiden kohdalla jälleen maaliskuussa — tarkemmin sanoen maaliskuun kahtena viimeisenä viikkona — asioita, joita aikaansa seuraava myymäläväki ei jätä huomioimatta. Silloin suoritetaan mai-

nosaikataulun mukaisesti Pai-vanukkaiden muistutusmainontaa. Myymälöille ei ole valmistettu uutta mainosmateriaalia, mutta viime vuoden lopulla jaettu mainosmateriaali sopii tähän tarkoitukseen vallan mainiosti. Tutkikaapahan myymälänne takahuoneen

mainosmateriaalin säilytyspaikkaa — löydätte varmasti vanhat Pai-mainosteet. Yhdessä vanukaspakkausten kanssa onnistutte varmaan paremmin kuin osasitte odottaakaan rakentamaan edustavan Paisittelyn myymäläanne.

EI PIILOON VAAN NÄKYVIIN

Leikeltävissä painoarkeissa olevat kapeat tekstinauhat ovat tärkeitä mainosvälineitä. Niitä ei suinkaan pidä "unohtaa" myymälän takahuoneeseen, vaan ne kiinnitetään myymälässä näkyvälle paikalle. Esim. näyteikkuna on sopiva paikka kyseisille mainosteille.

Tämä myyjätär kiinnittää oikealla tavalla ja oikeaan paikkaan tässä tapauksessa Aromi-Rengas-tekstinauhan.

Hän on sellofaaniliimanauhalla kiinnittänyt ensin tekstinauhan toisen pään ikkunalaasiin, minkä jälkeen on vuorossa liuskan toisen pään kiinnittäminen.

Tekstinauhaa ei myöskään pidä liimata vaakasuoraan, vaan hieman vinottain, kuten kuvassammekin.



MT

LEHTI KIERTÄÄ
SEURAAVASTI:

EVÄS-HERKKU



OSUUSTUKKUKAUPPA

III jäsenosuusliikkeen ja niiden 524 000 jäsenperheen yhteinen taloudellinen keskusliike.

Elintarvikeryhmä

Kauppa: siirtomaaosasto, hedelmä-osasto.

Tuotanto: kahvipaahtimo, keksitehdas, margariinitehdas, ravintolajostetehdas, teknokemiallinen tehdas, Kontio & Kontio Oy (säilyketehdas).

Myyntiorganisaatio: myyntiosasto, myyntitoimistot, varasto- ja huolinta-osasto, mainososasto, markkinointipalvelu.

Laaduntarkkailu.

Maatalousryhmä

Kauppa: maatalousosasto, lihaosasto. Tuotanto: 6 lihanjalostustehtasta, 2 mulliyä, 2 meijeriä, Oy Peruna (mallastehdas) perunajauhotehdas, rehutehdas.

Rautaryhmä

Kauppa: rautaosasto, koneosasto polttoaineosasto.

Tuotanto: kattohuopatehdas, naulatehdas, OTKn Puu Oy (saha, puuvalmistetehtas, huonekalutehdas), Oy Sotkia (levytehdas), tulitikkutehdas. Puutavaraliike Osuuspuu. Oy Renlund Ab (tavaratalo, rautakaupat, Leca-tehtaast, tilitehtaast).

Tekstiiliryhmä

Kauppa: tekstiiliosasto, jalkineosasto vaatetusosasto.

Tuotanto: kappa- ja leninkitehdas, päitetehdas, pukutehdas, työvaatetehtas, vuodevaatetehtas, Keru Oy (vanutehdas).

Hallinto: konttoriosasto, henkilööosasto, koulutusosasto, säästökasasosasto.

Teknillinen ryhmä

Osastot: teknillinen osasto, rationalisointiosasto, keskuslaboratorio.

SÄÄSTÄÄ TISKIÄ

Ei enää tiskiröykkiöitä, vaan enemmän aikaa muille töille. Tällaiset sanat kuulostavat perheenemännän korvissa varmaan miellyttäviltä. Siispä kertokaa Te myymälässänne asioiville perheenäideille, että kyseiset sanat pälevät Eväs-Herkkuun. Eväs-Herkku pannaan rasiassa suoraan pöylään ja rasian tyhjennettyä se voidaan viskata pois. Näin kiireinen perheenemäntä voi tarjota perheelleen aina maukasta leivän-särvintä ja säästyä itse samalla astianpesulta.

